Review of Statistics Canada Survey

Prepared by the Electronic Commerce Branch - Industry Canada

Use of Information and Communications Technologies and Electronic Commerce

Background

Statistics Canada survey is the first cross-economy survey of e-commerce.

- The first survey of its kind conducted by a national statistical agency to measure and publish estimates of use of e-commerce across all sectors of the economy.
- Over 23 000 business and governmental organizations were surveyed.

Provides baseline data, beginning in 1999

- The data covers the period January 1,1999 to December 31,1999.
- Future surveys will be used to measure the growth of e-commerce in Canada.

Key Findings

Connectivity levels are high among Canadian business

- 52.8% have Internet access
- 52.6% have e-mail access
- 21.7% have websites

Canadian Public Sector is model user of the Internet.

- 95.4% have Internet access
- 96.6% have e-mail access
- 69.2% have websites
- 59.0% of Canadian public sector employees have Internet access, exceeding the private sector

However, both private and public sector slow to adopt e-commerce

- 10.1% of private sector firms use the Internet to sell goods
- 13.8% of private sector firms use the Internet for procurement
- 14.5% of the public sector use the Internet to sell goods
- 44.2% of the public sector use the Internet for procurement

Main reasons private sector firms do not use e-commerce

- believe goods or services do not lend themselves to electronic commerce
- prefer to maintain current business model
- concerns regarding security

Canadians are Connected to the Net...

- Indicators of connectedness confirm that the Government of Canada is reaching its goal to "make Canada the most connected nation in the world", e.g. the Conference Board of Canada's inaugural connectedness index **(Figure 1),** shows Canada among the world leaders.

...Now we have to use it.

- As part of the connectedness agenda, government has provided the policy framework necessary to make Canada a centre of excellence for electronic commerce.
- Canada is well positioned to be a leader in the Internet economy, as is shown by the high levels of Canadian business Internet connectivity, and business websites.
- From the year 2000, Canada has the opportunity to translate a high level of e-commerce readiness into hypergrowth **(Figure 2)**. Canada is next in line to hit this stage according to Forrester Research **(Figure 3)**.
- Canadian companies need to capitalize on the growing worldwide e-commerce market which will reach $3.9 trillion in 2004 from $195 billion in 1999. Private sector projections predict that Canada's e-commerce market will grow approximately 13 times over this period **(Figure 4).**
- The StatsCan results reinforce the assessment made by the Canadian E-Business Opportunities Roundtable, in its January 2000 report ***Fast Forward: Accelerating Canada's Leadership in the Internet Economy***, which called on the private sector and governments to accelerate the adoption and use of e-commerce in all sectors of the Canadian economy, especially among SMEs.
- Research on Canadian business leaders indicated a positive outlook towards the future uptake of e-commerce and its potential benefits for business **(Figure 5)**.

Importance of Statistics Canada findings

- For the first time, we can benchmark Canadian e-commerce growth against baseline data and with indicators used internationally.
- The results can validate private sector estimates of e-commerce and Internet penetration. For example, the Canadian Federation of Independent Business survey results for percentage of Internet and e-commerce usage for SMEs in Q4 1999, are similar to Statistics Canada's results **(Figure 6)**.

Next Steps

- Analyse data and produce series of papers detailing the survey results by sector and size of firm.
- Share Statistics Canada's approach with the OECD and its members to improve international data and comparability.
- Carry out the 2000 Statistics Canada survey which will allow us to study trends and

assess Canada's progress in Internet usage and e-commerce adoption.

How Do We Compare to the World?

Connectedness Rankings*

Conference Board of Canada – 10 Country Comparison

	Overall Connectedness	Infrastructure	Access	Affordability	Usage	Socio-Economic Enablers
U.S.	1	1	4	4	1	1
Canada	2	2	3	1	2	2
Sweden	3	6	1	1	4	6
Finland	4	3	2	3	7	9
Australia	5	5	6	6	3	3
Japan	6	9	5	7	5	4
U.K.	7	5	8	5	5	9
Germany	8	7	7	8	8	7
France	9	9	10	9	10	5
Italy	10	10	9	10	9	10

* Based on a composite index. The comparisons were based on the most current data available for all countries examined, that is, primarily 1997-98 data.
Source: Conference Board of Canada

Figure 1

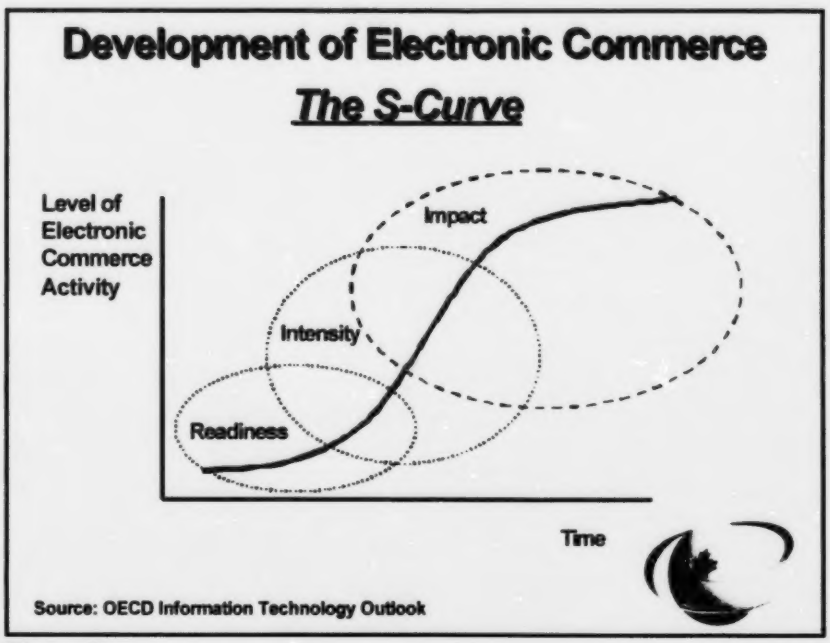


Figure 2

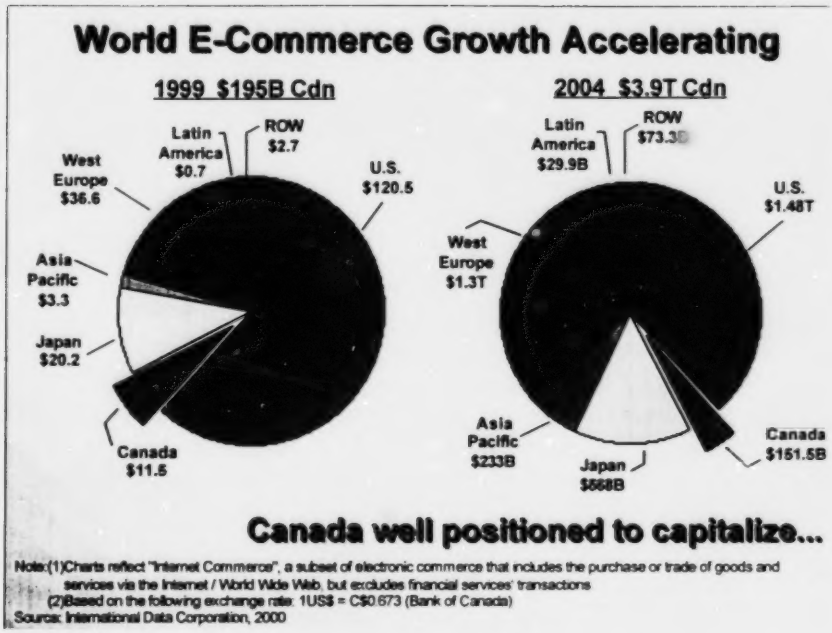


Figure 3

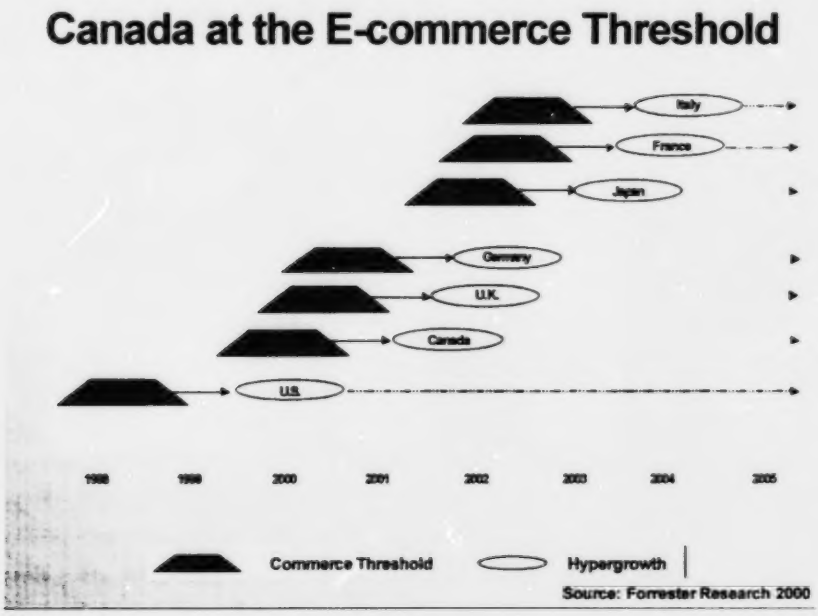


Figure 4

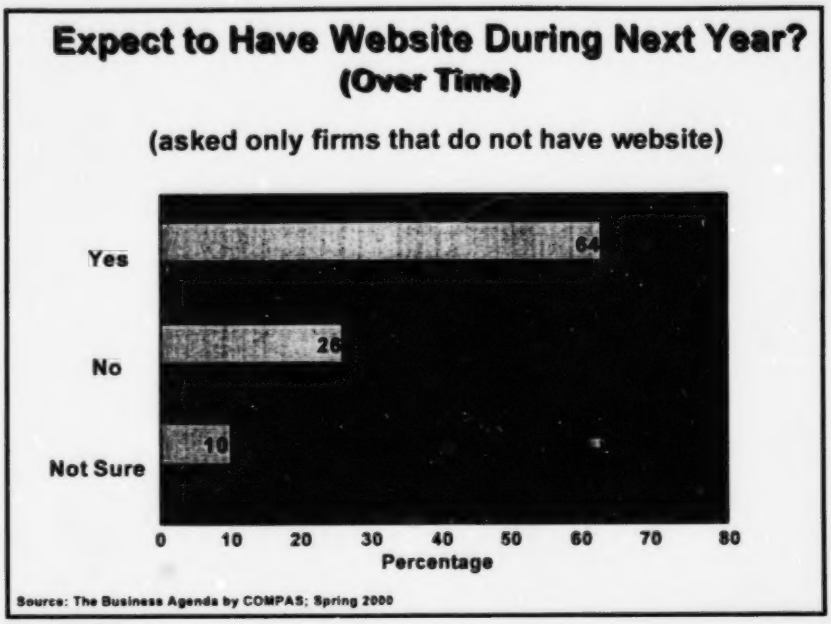


Figure 5

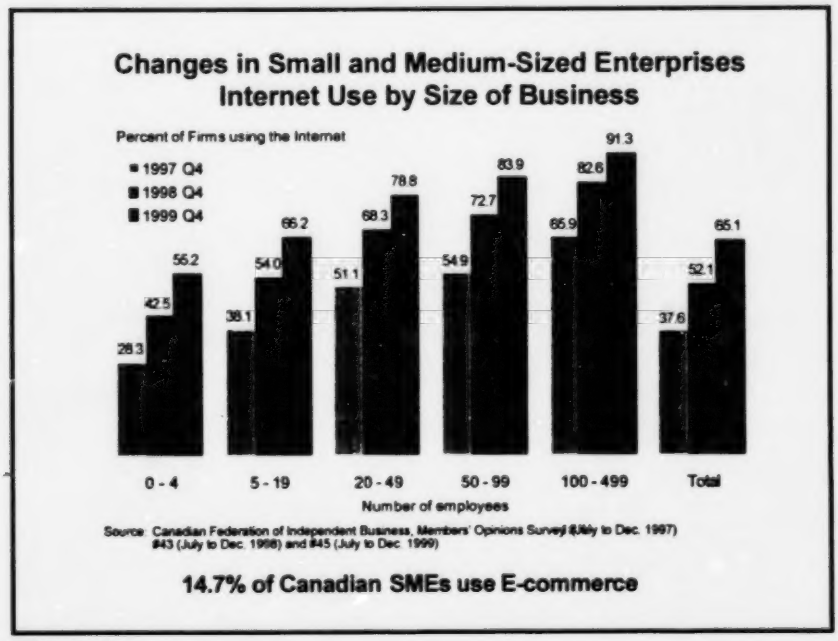


Figure 6

Analyse de l'enquête de Statistique Canada

Préparé par la direction générale du commerce électronique - Industrie Canada

Recours au commerce électronique et utilisation des technologies de l'information et des communications

Contexte

L'enquête de Statistique Canada est la première qui ait porté sur le cyber-commerce à l'échelle de toute l'économie.

- La première enquête du genre qu'ait menée un bureau national de statistique pour évaluer l'utilisation du commerce en ligne dans tous les secteurs de l'économie et publier les résultats.
- L'échantillon comprenait plus de 23 000 entreprises et organismes gouvernementaux.

Elle fournit des données de référence remontant à 1999

- Période visée : du 1er janvier au 31 décembre 1999.
- D'autres enquêtes auront lieu pour évaluer la croissance du cybercommerce au Canada.

Principales conclusions

Les degrés de connectivité sont élevés dans les entreprises canadiennes.

- 52,8 % ont accès à Internet.
- 52,6 % ont accès au courrier électronique.
- 21,7 % ont un site Web.

Le secteur public canadien est un utilisateur modèle d'Internet.

- 95,4 % des organismes ont accès à Internet.
- 96,6 % des organismes ont accès au courrier électronique.
- 69,2 % des organismes ont un site Web.
- 59,0 % des employés du secteur public canadien ont accès à Internet, ce qui est mieux que dans le secteur privé.

Cependant, les secteurs privé et public mettent du temps à adopter le commerce en ligne.

- 10,1 % des entreprises privées utilisent Internet pour vendre des biens.
- 13,8 % des entreprises privées utilisent Internet pour faire des achats.
- 14,5 % des organismes du secteur public utilisent Internet pour vendre des biens.
- 44,2 % des organismes du secteur public utilisent Internet pour faire des achats.

Principales raisons pour lesquelles les entreprises privées n'utilisent pas le commerce en ligne.

- Elles croient que les biens ou les services se prêtent mal au cybercommerce.
- Elles préfèrent conserver les modèles de fonctionnement existants.
- Elles ont des réserves au sujet de la sécurité.

Les Canadiens sont branchés au Net . . .

- D'après les indicateurs de la connectivité, le gouvernement du Canada est en voie d'atteindre son objectif, qui est de « faire du Canada le pays le plus branché du monde » [l'indice de connectivité inaugural du Conference Board du Canada **(Figure 1)** montre que le pays se classe parmi les chefs de file mondiaux].

. . . Il nous faut maintenant l'utiliser.

- Dans le cadre de son programme de connectivité, le gouvernement a établi le cadre fondamental nécessaire pour faire du Canada un centre d'excellence pour le cyber-commerce.
- Le Canada est bien placé pour compter parmi les chefs de file dans l'économie numérique, comme le montrent les hauts niveaux de branchement à Internet chez les entreprises canadiennes et le nombre de sites Web créés par elles.
- À partir de l'an 2000, le Canada a la possibilité de miser sur un état de préparation élevé au commerce en ligne pour connaître une super-croissance **(Figure 2)**. C'est maintenant au tour du Canada de passer à ce stade, d'après la maison Forrester Research **(Figure 4)**.
- Les entreprises canadiennes doivent exploiter le marché mondial numérique en croissance, marché dont la valeur passera de 195 milliards de dollars CAN en 1999 à 3,9 billions en 2004. Selon les prévisions du secteur privé, le marché canadien sur Internet croîtra environ 13 fois plus vite au cours de cette période **(Figure 3).**
- Les résultats de Statistique Canada confirment l'évaluation faite par la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes dans son rapport paru en janvier 2000 sous le titre ***Pour une progression rapide : Comment faire du Canada un leader dans l'économie sur Internet***. La Table ronde y exhortait le secteur privé et les gouvernements à accélérer l'adoption et l'utilisation du commerce en ligne dans tous les secteurs de l'économie canadienne et surtout dans celui des PME.
- Une recherche menée auprès des chefs d'entreprise canadiens montre qu'ils sont bien disposés envers l'adoption du commerce électronique dans l'avenir et à l'égard des avantages éventuels de cet outil **(Figure 5)**.

Importance des conclusions de Statistique Canada

- Pour la première fois, il est possible de comparer la croissance du cybercommerce au Canada à des données de référence et à des indicateurs utilisés sur le marché international.

- Les résultats peuvent valider les estimations du secteur privé sur la pénétration du commerce en ligne et d'Internet. Par exemple, la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante a fait une enquête sur le degré d'utilisation d'Internet et du commerce en ligne par les PME dans le dernier trimestre de 1999. Ses résultats sont semblables à ceux de Statistique Canada. **(Figure 6)**.

Prochaines étapes

- Analyser les données et produire plusieurs documents détaillant les résultats de l'enquête par secteur et selon la taille des entreprises.
- Partager les concepts de Statistique Canada avec l'OCDE et ses membres afin d'améliorer les données internationales et la comparabilité des éléments.
- Exécuter l'enquête 2000 de Statistique Canada, ce qui nous permettra d'étudier les tendances et d'évaluer la progression de l'utilisation d'Internet et de l'adoption du commerce en ligne au Canada.

Atteindre l'objectif de la connectivité

Le classement de la connectivité*
Comparaison de 10 pays – Le Conference Board du Canada

	Connectivité globale	Infrastructure	Accès	Abordabilité	Utilisation	Déclencheurs socio-économique
É.-U.	1	1	4	4	1	1
Canada	2	2	3	1	2	2
Suède	3	6	1	1	4	6
Finlande	4	3	2	3	7	9
Australie	5	5	6	6	3	3
Japon	6	9	5	7	5	4
R.-U.	7	5	8	5	5	9
Allemagne	8	7	7	8	8	7
France	9	9	10	9	10	5
Italie	10	10	9	10	9	10

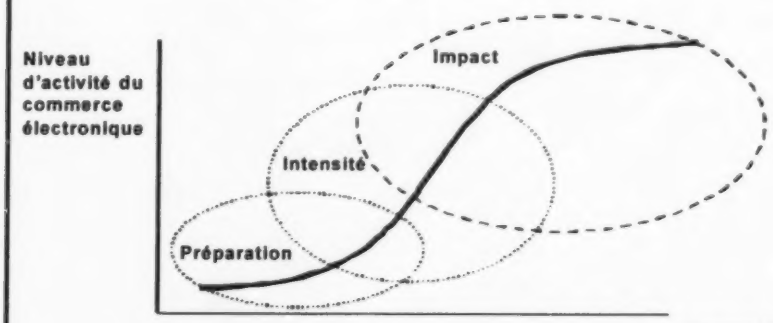
*Based on a composite index. The comparisons were based on the most current data available for all countries examined, that is, primarily 1997-98

Source: Conference Board of Canada

Figure 1

Développement du commerce électronique

La Courbe "S"



Source: OECD Information Technology Outlook

Figure 2

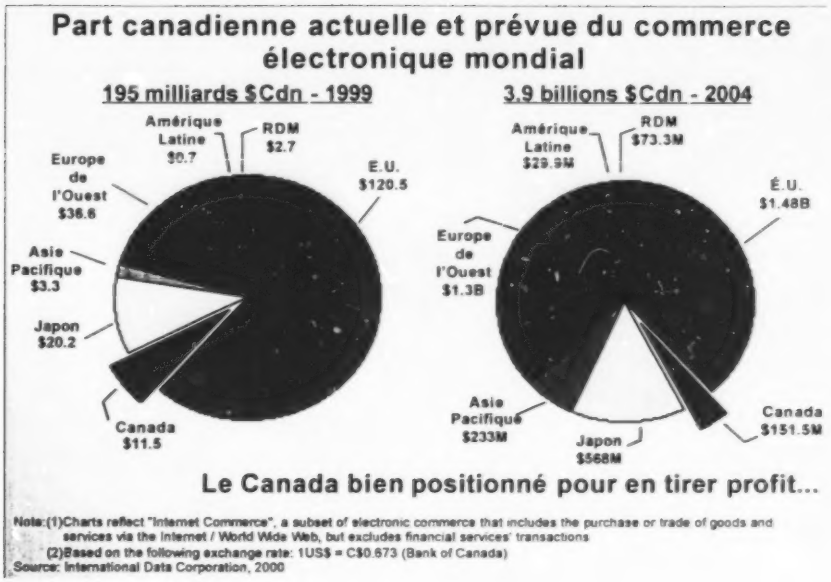


Figure 3

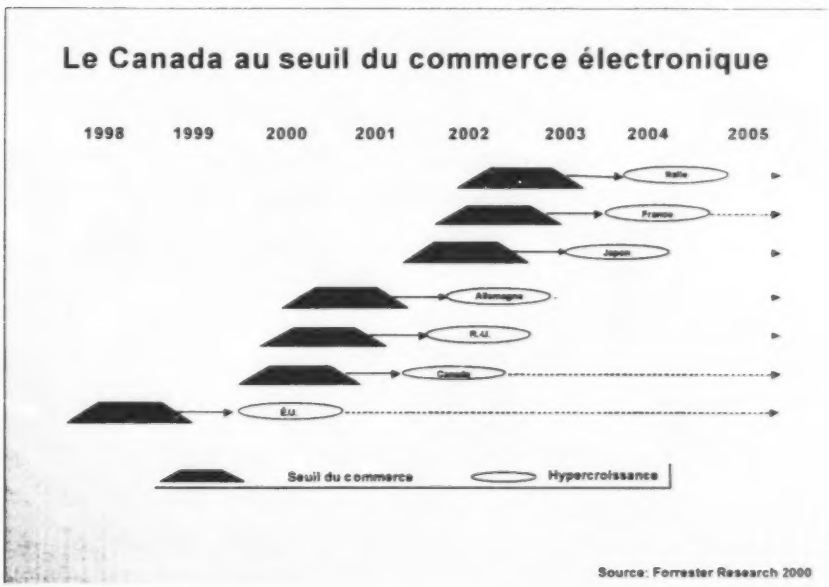


Figure 4

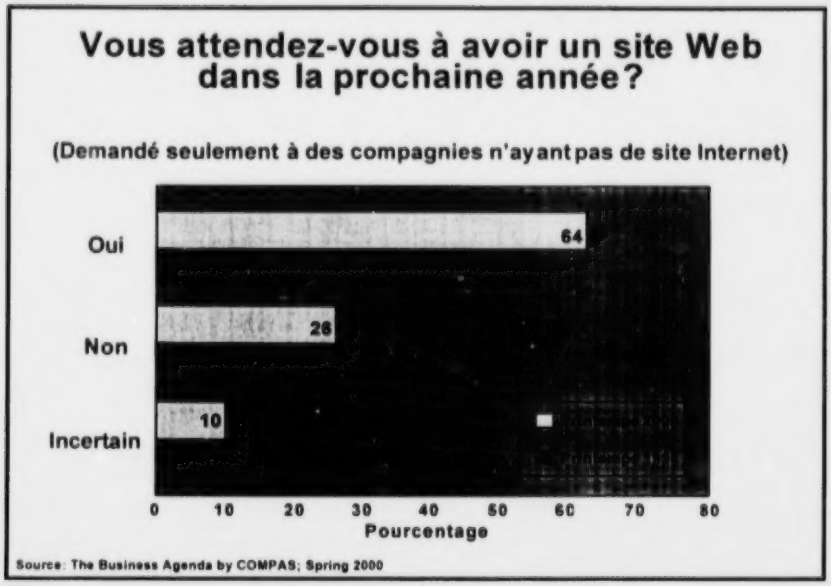


Figure 5

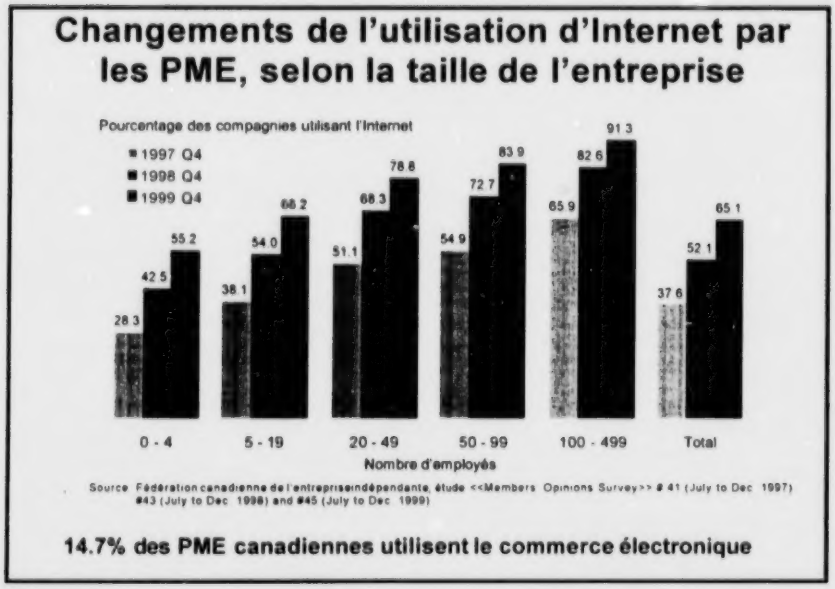


Figure 6